

Hiperpersonalización mejora la experiencia de compra y aumenta ventas

El concepto de hiperpersonalización, técnica de marketing que va en ascenso, permite a las empresas captar nuevos clientes con una comunicación directa a cada uno de ellos. Pero para lograrlo también se requiere el uso de inteligencia de datos, para adjuntar y procesar la información de estos clientes.

“De esta manera, las organizaciones podrán conocer de manera aguda y precisa, hacia a donde apunta el interés y necesidades de compra de los potenciales clientes a fin de convertirlos en compradores activos y permanentes”, manifestó Mónica Ormea, Solution Advisor de SAP Customer Experience.

Durante su participación en la séptima edición del e-Summit Perú Digital 2022, organizado por la Cámara de Comercio de Lima (CCL), añadió que la hiperpersonalización no solo mejora la experiencia de compra, sino que incrementa las ventas de los negocios y empresas.

No obstante, María Angélica Hernández, senior Account Executive de la misma empresa, observó que en esta búsqueda de captar nuevos compradores son muchas las organizaciones de marketing que derivan una importante inversión a tecnología con el fin de habilitar distintos canales digitales, pero que no logran usarla a plenitud.

“Estas empresas ejecutan hasta 91 servicios en la nube; sin embargo, su manejo óptimo solo llega al 58%”, refirió.

La referida compañía refirió que, durante la crisis sanitaria las empresas tuvieron que adaptarse a esta nueva realidad y adentrarse al tema de transformación digital para ser más competitivas.

Precisamente, el gerente general de la CCL, José Rosas, destacó que, mucho antes de la crisis sanitaria, el gremio empresarial tuvo la necesidad de cambiar su estructura interna para avanzar en temas de tecnología, una modernización importante que se acentuó con la pandemia de la COVID19.

“En ese camino hacia la transformación digital, la CCL ha suscrito un convenio con Microsoft para lanzar próximamente un proyecto que busca optimizar su nube. De esta manera, la plataforma brindará ventajas especiales para los asociados de la Cámara», remarcó.

Estas acciones también se suma la suscripción del convenio entre la CCL y Google, cuyo fin será implementar la plataforma “YaEstoyOnline”, con el objetivo de que las empresas se sumen al comercio electrónico.

Cabe anotar que en esta edición del e-Summit Perú Digital 2022 se contó con la participación de destacados expertos nacionales e internacionales, entre ellos el director para Latinoamérica y el Caribe – Pequeña, Mediana Empresa y Compañías Nativo Digitales en Microsoft, Roberto Icasuriaga

Gatti de Uruguay; el representante de Huawei Cloud Partner Ecosystem Director, Rodrigo González Lozano; el Group CEO en Grupo Efe, José Antonio Iturriaga; el gerente de Transformación Digital y Portafolio en Diners Club, Ofelia Pallete Espinoza; entre otros.